

CONCLUSIONES PRIMERA OFICINA DE COOPERAÇÃO LEADER +

14-16 Julho. Tomar.
Paul Soto

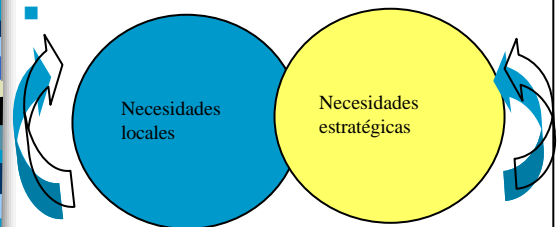
Proyectos existentes

- **Productos locales**
Estudios de identidad - Turismo/productos
Algunos productos específicos como caza
Ferias, publicidad 3 tiendas.1 Proyecto nacional
- **Turismo-**
5 itinerarios (proximidad)
2 redes (contactos anteriores)
- 2 proyectos de promoción/comercialización
- Producto específico - bosque

FASES DE UN PROYECTO DE COOPERACION.

- **Identificación de necesidades**
- Socios
- Objetivos
- Acciones
- Beneficiarios
- Resultados esperados. Evaluación.
- Modelos de Gestion. Presupuesto. Elegibilidad

Dos formas de ver las necesidades



Identificación de necesidades

- Proceso implícito. Ahora es necesario deducir las necesidades de las acciones. Ej.
- Feria local – necesidad de dar a conocer el proyecto internamente - no aumentar visitantes
- No hay orientaciones europeas
- Responden a preocupaciones locales o regionales
- Basados principalmente en la proximidad geográfica más que temática.
- Peligro de dispersión de pequeñas iniciativas
- Peligro no abordar grandes desafíos o desafíos comunes

Recomendaciones

- Incorporar la visión estratégica
- Desde abajo o desde arriba.
- Varias entradas:
 - Necesidad de valorar grandes recursos o recursos comunes. Ríos + montañas concretas. Agua, bosque, tipos de patrimonio...
 - Tipos turismo..joven, aventura, cultural, ecologica..
 - Procesos comunes

ELEMENTOS DEL PROYECTO LOCAL

1. Conocimiento/inventariado (oferta y demanda)
2. Organización y cualificación de la oferta
3. Acciones sobre el mercado.

Relación entre proyecto de cooperación y proyecto local

Logica local.

Que aporta el proyecto de **cooperación** al proyecto local

Lógica de cooperación

Cada paso responde de **forma concreta** a las necesidades

Relación entre proyecto de cooperación y proyecto local

Logica local

	Inventario	Oferta	Demanda
Necesidades			
Socios			
Objetivos			
Acciones			
Beneficiarios			
Resultados			
Gestion			

Socios

- Identificación de buenas practicas/ recursos dentro de Leader. No existe información. Catalogar oferta
- Que existe fuera
- 2 tipos de proyecto.
 - Oferta complementaria del mismo nivel escala en la promoción
 - Uno o varios socios se convierten en centros de competencia... se les paga la transferencia

Objetivos

- Concretos. Satisfacen la necesidad a través de la **cooperación** con los socios
- Eg. No aumentar el valor añadido, sostenibilidad...
- **Necesidad** – falta formación y cualificación de las empresas de turismo activo....
- **Socios** - existen socios Portugueses (finlandeses) con mucha experiencia.
- **Objetivo** - diseñar un modulos de formación en turismo activo y testar los en x empresas.

Acciones

- Declinan los objetivos. Asegurar la coherencia vertical
- Ej. Identificación y estudio de experiencias formación en turismo activo dentro de Leader
- Identificación y estudio de la oferta externa
- Contratación de x para diseñar módulos y materiales.
- Testar en x zonas con x empresas (vector 1?)



Beneficiarios

- Como la cooperación afecta la población
- Segmentar y relacionar con necesidades – si la necesidad es encontrar empleo para jóvenes agricultores – la solución no es necesariamente recuperar patrimonio
- Estimaciones cuantitativas



Resultados esperados

- Oportunidad para defender y promover el proyecto dentro y fuera.
- Cuales son los argumentos y los datos que convencerían un político esceptico
- Concreto, verificable, tiempo, costo...



Focos de cooperación

- Identificación y inventariado de recursos y conocimientos
- Estudios de mercado
- Formación y cualificación
- Normas, estandares de calidad
- Promoción conjunta (material, ferias,....)
- **Próximos pasos? Nivel de interés, prioridades, recursos, calendario....**